

Il vino italiano tra Coronavirus e prezzi bassi

scritto da Fabio Piccoli | 10 Marzo 2020



Non vogliamo apparire dei superficiali nel mettere insieme due problematiche molto diverse tra loro come il Coronavirus e i prezzi bassi dei vini in molte catene della gdo italiana e non solo.

Ma in questi giorni siamo entrati in alcuni supermercati della nostra città, ovviamente quasi deserti, e abbiamo avuto pertanto più tempo per soffermarci tra gli scaffali dei vini. E dobbiamo ammettere che se già l'umore non era dei migliori è ulteriormente peggiorato leggendo prezzi difficilmente giustificabili.

Trebbiano Castelli Romani doc 1,59, Greganico siciliano igt a 1,69 euro, Soave doc a 1,79, Solopaca bianco doc a 1,79, Grillo sicilia igt 1,89, Bianco di Custoza doc 1,99, ma

l'elenco potrebbe andare avanti molto con vini sotto i 2 euro. Se poi ci spostassimo sulla categoria tra i 2 e i 3 euro l'elenco si farebbe veramente lunghissimo, in tutte le tipologie dei vini compresi anche rossi e sparkling, per non parlare dei vini da tavola o varietali dove la bottiglia a 1 euro o poco più, non lontana dai prezzi dell'acqua, è facile da trovare.

Abbiamo affrontato tante volte il tema dei prezzi dei vini, qualcuno ci ha anche rimproverati talvolta di fare i finti ingenui o della facile demagogia.

Noi, invece, continuiamo a pensare che non si debba assolutamente abbassare la guardia su un tema così cruciale per la sostenibilità economica del nostro settore vitivinicolo.

E proprio in una fase così complessa per la nostra società e per la nostra economia a nostro parere diventa ancor più importante studiare tutti gli strumenti possibili per garantire il rispetto di un posizionamento adeguato delle nostre denominazioni.

In questa direzione lanciamo un appello ai Consorzi di tutela italiani di approfittare di questa fase di "stallo" ed "incertezza" per fare un'analisi più approfondita delle loro denominazioni anche, e soprattutto ci verrebbe da dire, sul fronte del prezzo.

Sarebbe infatti inutile fare oggi investimenti importanti sulla qualificazione dei prodotti da un punto di vista produttivo o di comunicazione se poi non si è in grado di presidiare al meglio il posizionamento della denominazione.

È veramente arrivato il tempo di scelte coraggiose, la tutela della redditività delle nostre imprese è la base fondamentale per garantire un futuro serio al nostro settore vitivinicolo.

Siamo convinti che anche i consumatori, alla luce delle emergenze sanitarie attuali, siano sempre più coscienti che il valore della qualità dei prodotti agroalimentari sia un elemento chiave da tutelare al meglio.

Qualsiasi forma di crisi porta inevitabilmente a delle selezioni, noi ci auguriamo che queste avvengano per

salvaguardare chi investe al meglio nella qualità dei propri prodotti ai quali deve essere garantito un prezzo adeguato.